Rok VII Warszawa, 20 maja 1928 r. Nr 5

SZTUKA ZŁOTNICZA
ZEGARMISTRZOWSKA JUBILERSKA I RYTOWNICZA.

CENTRALNY ORGAN FACHOWY PRZEMYSŁU, HANDLU I RZEMIOSŁA ZŁOTNICZEGO ZEGARMISTRZOWSKIEGO, JUBILERSKIEGO, RYTOWNICZEGO, BRONZOWNICZEGO I OPTYCZNEGO

URZĘDOWE TAJEMNICE

W kwietniowym zeszycie „Sztuki" umieszczona była skromna wzmianka o zatrzymaniu w Gdańsku niejakiego Szulfrieda—obywatela polskiego, któremu skonfiskowano kilkadziesiąt brylantów. Pan Szulfried będąc od kilkunastu lat dostawcą kamieni szlachetnych siłą rzeczy utrzymywał stosunki z miejscowemi firmami kupieckiemi. To właśnie spowodowało rzekomo w związku z notatkami, jakie znaleziono w jego mieszkaniu, szeroko zakrojoną rewizję w sklepach jubilerskich stolicy. Z rozmachem zakrojona ta rewizja, nosząca nawet cechy formalnej obławy dotknęła prawie bez wyjątku 34 najpoważniejsze firmy w stolicy. Trwała ona przez kilka godzin i trudno jest twierdzić, by nie była przykrą dla tych kupców, którzy ostatecznie są prawdopodobnie w wielu wypadkach Bogu ducha winni. Faktem jest, że sklepy te większość towaru mają opieczętowanego aż do ukończenia śledztwa, co oczywiście ujemnie wpływa zarówno jak i na stosunki z klijentelą tak również i na same obroty, w których poczęści zainteresowane są i władze skarbowe. Szereg konferencji, jakie odbył wysłannik redakcji zarówno na terenie Ministerstwa Skarbu jak i Ministerstwa Przemysłu nie uchyliły nam rąbka tajemnicy, jaką osłonięta jest do chwili zamknięcia numeru ta przykra sprawa, to też obszerniej o niej pomówimy w zeszycie czerwcowym. Wypadek ten jednak niezbicie dowodzi, jak wielkie znaczenie posiadać może dla nas, powołanie do życia centralnej instytucji zawodowej, któraby swym autorytetem umiała z godnością bronić interesów swych członków.

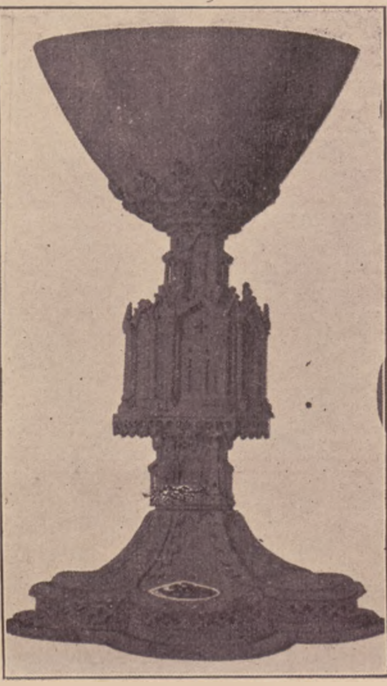
„Sztuka" jako placówka publicystyczna może być tylko polem dla stworzenia podobnej organizacji i jej duszą oraz inicjatorem, ale reszta należy do wytwórców i kupców, z pośród naszego społeczeństwa.

Nasze różnorodne środowisko nie pozwala brać placówce publicystycznej, która ma służyć interosom ogółu, odpowiedzialności za strukturę podobnej organizacji, która składając się zarówno z kupców jak i wytwórców, będzie w swem łonie łagodziła niejednokrotnie wzajemne konflikty. Podkreślamy to dlatego, że na łamach czasopisma poznańskiego p. Rauscher ze Lwowa w sposób swoisty rozumuje obowiązki prasy, insynuując realizację tego pomysłu w niewłaściwy sposób kierownictwu tego pisma, zadania którego są zupełnie inne.

To też tutaj właśnie musi nastąpić podział ról. Obowiązkiem prasy jest urabianie opinji dla danej akcji, a z drugiej strony jej krytyczna ocena. Roli twórcy zatem należy doszukiwać się w samem środowisku najbardziej zainteresowanych, a nie zwalać ją na innych, sumienie których musi być niezależne.

KIELICHY KOŚCIELNE

Msza święta w kościele katolickim stanowi punkt główny, przy-



Kielich gotycki z XV wieku znajdujący się w katedrze Włocławskiej (województwo warszawskie), wysokość kielicha 18 cm. średnica czary 11 cm. średnica podstawy $12^{1}/_{10}$ cm. Cenny ten zabytek jest pamiątką po biskupie Oporowskim, który rządził djecezją włocławską od 1434—1454 roku.

ciągający serca wierzących, a nawet działający swem pięknem na fantazję i poczucie malarskie sceptyków. Albowiem w mszy świętej odbywa się na nowo podług wierzeń kościoła katolickiego śmierć ofiarna Chrystusa na wyżynie Golgoty; w niej chleb i wino zamieniają się na ciało i krew Pana. Należy wziąć koniecznie to pod uwagę, ażeby móc zrozumieć, jak wszystkie epoki chrześcijańskie współubiegają się o to, aby mszę jaknajuroczyściej ukształtować. Troski te najwięcej tyczyły się sprzętu liturgicznego, a szczególnie kielicha mszalnego niosącego w sobie tą świętą tajemnicę przemiany.



Kielich w stylu romańskim roboty jednego z niemieckich złotników.



Kielich w stylu romańskim—własność ks. L. Żarnowieckiego, wykonany w słynnej jeszcze przed wojną pracowni J. X. Dutzenberga w Krefeldzie, wykonany ze srebra i złocony. Na ilustracji widzimy kielich w futerale skórzanym o oryginalnej budowie.

Pierwotnie powstał on z formy naczynia do picia u Greków i Rzymian: kielich spoczywał na okrągłej lub wielokątnej gałce, opartej na szerokiej lejkowatej nodze, zapewniającej równowagę. Kielichy ozdobione uchami bardzo rzadko się spotykały.

W pierwszej epoce chrześcijaństwa stosowano do tego celu każdy materjał służący jednocześnie do wyrobu innych naczyń do picia. Oczywiście, że metale miały pierwszeństwo, a obok miedzi i cyny stosowano także w miarę możności srebro i złoto. Ale i szkło, kość słoniowa, róg lub drzewo służyły, jako materjał do sporządzania kielichów mszalnych. Już jednak w zaraniu wieków średnich kielichy drewniane znikły, aby ustąpić raz na zawsze miejsca metalowym. O ile i przedtem czasem napotkać można było kielichy cenne, to obecnie stały się one przedmiotem najwytworniejszej roboty w sztuce złotniczej, zarazem najwyższą jej ambicją: z szlachetnego metalu stworzyć kielich o szlachetnej formie. A dla tej sztuki miarodajnym był styl danej epoki, a więc na wstępie styl romański.

Kielich był zbudowany podług surowej reguły architektonicznej bez żadnych ozdób, które wniosły



Kielich z początków XVII wieku, odkąd datuje się znaczne wydłużanie kielichów do wysokości 35 cm, a nawet wyżej.

późniejsze style. Puchar miał kształt doskonałej półkuli, gładki zupełnie nazewnątrz i wewnątrz, tylko kula i noga pokazywały pierwsze ozdoby: zwykły stylowy ornament, albo skrót imion Chrystusa i Marji.

Niestety bardzo mała ilość kielichów romańskich przetrwała do naszych czasów: wojny i niepokoje spowodowały ich zanik. Tylko kilka egzemplarzy znalezionych przeważnie w grobach biskupów, dają nam pojęcie o wszechwładztwie sztuki romańskiej w tej dziedzinie. Następnie gotyk spowodował największy przewrót w kielichach mszalnych. Nóżka dotychczas owej formy lejkowatej, zamienia się pod wpływem gotyku na sześciolistną różę, kubek nabiera kulistego kształtu, który niedługo przeistacza się w kwiat o formie dzwonu. Kulę i nogę ozdabiają cudownie ryte miniatury, które przedstawiają sceny z życia świętych, lub też streszczają się w figurach symbolicznych, jak baranka wielkanocnego, narzędziach tortur, winnych gronach i cierniach wskazując przeznaczenie kielicha. W okresie późniejszym wywierały swój wpływ na styl kielichów renesans i barock. Pod wpływem renesansu wzrastały wymiary kielichów. Miniatury emaljowane, artystyczne cyselowanie pokrywały kielich od nóżki aż do kubka. Obok pełnych myśli głębokiej, figur alegorycznych gotyku, zdobiących kielich skromnem cyzelowaniem, występują wdzięczne ozdoby treści świeckiej w półplastycznem (półwypukłem) wykonaniu.



Kielich w stylu barokowym z pierwszej połowy XIX wieku

Następnie w dalszym ciągu stylu barokowego ozdoby zewnętrzne naczyń liturgicznych rozwinęły się jeszcze bardziej. Granice pomiędzy renesansem i barokiem specjalnie w dziedzinie kielichów zupełnie się zatarły.

PRZEMYSŁ I HANDEL ZEGARMISTRZOWSKI W POLSCE

W ŚWIETLE PRASY NIEMIECKIEJ „Deutsche Uhrmacher Zeitung"

Koniec roku wykazuje znaczny rozwój w dziedzinie zegarmistrzostwa w Polsce, zwłaszcza na Górnym Śląsku. Jesto fakt bardziej jeszcze znamienny ze względu na wielkie trudności, stawiane przez władze tej gałęzi przemysłu: często się zdarza, że upływa trzy miesiące od podania petycji o pozwolenie wywozu, aż do dnia, gdy klijent otrzymuje towar. Cło przy tem jest dość wysokie i daje się to odczuuwać zwłasza w produktach ukończonych.

Podniesienie cła spowodowało, że obecnie przeważnie przywożą się części zegarów, lub werki skończone, a tylko składanie zegarów i ich kompletne ukończenie uskutecznia się w Polsce. Są kraje wywożące zegary w wielkich ilościach, jak np. Szwajcarja, i te czyniły usilne starania wobec władz polskich o uzyskanie licencji na wywóz gotowych już wytworów do Polski, zabiegi te jednak nie doprowadziły do pożądanego rezultatu. Wyniki ujemne tych wysiłków należy przypisać temu, że Polska, ustanowieniem wysokiego cła, pragnie otoczyć tym systemem protekcyjnym swój młody i słaby jeszcze przemysł zegarmistrzowskł. Wysokość cła ciążącego zwłaszcza na zegarach złotych spowodowałaby, że te i tak nie zostałyby sprzedane na rynku polskim. Ażeby do pewnego stopnia usunąć te trudności, zegarmistrze uciekają się do sposobu nie obciążania całkowitą sumą cła zegarów złotych, rozkładając je na inne produkty jak np: zegarki niklowe i srebrne, wskutek czego te wytwory obciążone są na rynku cłem wyższym od tego, które istotnie za nie płacić należało przy sprowadzeniu ich z miejsca pochodzenia na miejsce sprzedaży. Co się zaś tyczy tak zwanego przemysłu zegarmistrzowskiego rdzennie polskiego, to okazuje s ę, że wykańczanie zegarów w Polsce napotyka także na trudności ze względu na to, że brak jest wykwalifikowanych pracowników. Polska sprowadza oddzielne części do zegarków przeważnie ze Szwajcarji, podczas gdy budziki i zegary duże przychodzą z Niemiec.

Pewnikiem jest, że zegarmistrze polscy woleli by importować z zagranicy produkty już zupełnie ukończone, lecz z powodu wysokiego cła zmuszeni są do zaniechania tego zamiaru.

Powracając do przemysłu lokalnego, wyznać trzeba, że cierpi on w pierwszym rzędzie na brak kapitału, ale bądź co bądź usiłuje jednak zdobywać rynki, i dąży ku rozwojowi, w najbliższej przyszłości do stosunków z blizkim wschodem, gdzie odczuwa się brak, a wskutek tego notuje się duży popyt na zegary tanie i budziki. W walce, którą przemysł polski prowadzi z konkurencją zagraniczną ma on ten atut, że pracownik polski otrzymuje względnie niską płacę. Obecnie, przy zwiększeniu ciągłego popytu, przemysł zegarmistrzowski polski liczy na rozwój swój i zwiększenie możliwości producyjnych z pomocą kapitałów zagranicznych.

Z punktu widzenia cen, sytuacja nie przedstawia się ujemnie w handlu detalicznym. Fabryki sprzedają na warunkach 2—3 miesięcznego kredytu, podczas gdy hurtownicy ze swej strony udzielają detalistom kredytu 3—4 miesięcznego.

CZY GRAWER MA COŚ WSPÓLNEGO Z MODĄ

Gdyby kiedykolwiek pytanie powyższe grawerom zadane było, to odpowiedź na nie nie u wszystkich wypadła by twierdząco; wielu zapewne wyrażą pogląd, że moda dla grawera jest rzeczą zgoła obojętną. Jednak w istocie jest zupełnie inaczej.

Wystarczy przez jakiś czas pobyć w stolicy Francji, ażeby się przekonać jak pełnem znaczenia bywa czasami baczne obserwowanie kierunku mody i dla grawera. Jeśli nawet na to przytoczony będzie argument, że Paryż w kwestjach mody od czasów dawnych zajął dominujące stanowisko, to i wówczas racjonalność wygłoszonego w stosunku do grawerów zdania nic na swej aktualności nie tracące, albowiem właśnie teraz grawer winien bardziej niż dawniej za modą śledzić.

Minionego lata wyglądały kobiety na bulwarach paryskich specjalnie czarująco. Czar Paryżanki polega na tem, że potrafi ona, jak nikt na świecie, dodać codziennie jakiś nic nie znaczący szczegółik do swego wyglądu i w ten sposób zmienić go, nadać, mu urok nowości. Oczywiście niejeden z poważnie traktujących życie wogóle, a fach swój w szczególe na to twierdzenie zawoła. „A cóż nas grawerów mogą obchodzić paryskie niewiasty". Ale cierpliwości.

Ze specjalnym upodobaniem noszone były z rana sukienki jumperkowe, a do tego zarzucona chustka, która ze sposobu noszenia jej nosi nazwę „chustka à la Cowboy". Chustka ta tak z pozoru mało znacząca, przyniosła grawerom nową robotą. Potrzebne były mianowicie do przymocowania tych chustek szpilki. Władczyni „moda" nakazywała, aby szpilka taka zaopatrzona była w monogram nadobnej właścicielki. Było więc z tego powodu huk roboty.

We Francji, jak zresztą w żadnym innym kraju, potrafią wysnuwać rozmaite artykuły z jakiejś aktualnej potrzeby. Tak i w tym wypadku: szpilki monogramowe do chustek cowboyowskich ukazały się w najrozmaitszych wykonaniach: prawdziwe i nieprawdziwe, grawerowane, emaljowane, częściowo inkrustowane. Wogóle widzi się obecnie dużo monogramów na przedmiotach i klejnotach: na torbach, bransoletach, pierścieniach, broszach i t. d. Nawet na kapeluszach monogramy nie należą do rzadkości. Że ten rodzaj ozdób podlega także najmodniejszym wzorom, nie trzeba chyba dodawać. I

Monogramy zastosowane są oczywiście i do innych przedmiotów dyktowanych, co do rodzaju i wykonania, przez modę. Oczywista, że grawer, by niepozostać w tyle, zmuszonym jest studjować wszystko, co z modą w związku się znajduje, a żeby w ten sposób stworzyć dla siebie nowe pola działalności; przeważnie dzieje się w Paryżu tak, że grawerzy pozostają w stosunkach z „domami mody". Tym to domom grawerzy dostarczają swe produkcje, stąd przez połączenie z innemi produkcjami modnemi znajdują drogę do publiczności i są „en vogun". Paryżanka albowiem kupuje chętniej, gdy namacalnie przekonać się może o praktycznym zastosowaniu danej rzeczy. i jest to w Paryżu na porządku dziennym, że podyktowane przez modę klejnoty kupują się nie u jubilera, lecz w modnym salonie. Wszystkie większe domy krawieckie prezentują wraz z toaletami odpowiednią biżuterję. która też wraz z toaletą, jak chce tego pani moda, tworzy nierozerwalną całość. Olbrzymia ilość w ten sposób demonstrowanej biżuterji, dowiodła, że i grawer bierze udział w kwestjach mody, i że każdy jej kaprys przez niego śledziony być powinien, jak to czynią koledzy po fachu w nadsekwańskiej stolicy.

Jeszcze inna rzecz ładna, a w warsztacie grawerskim powstała, daje się zauważyć. Są to schowanka do trzymania pieniędzy papierowych w których zwłaszcza znalazł upodobanie świat niewieści. Przyrząd taki składa się z płasko walcowanych drutów chwytających się wzajemnie i w ten sposób trzymających banknoty. Z jednej strony zaopatrzone są te skrytki w monogramy lub litery. Okazały się one nader praktyczne. Pani dodaje schowanko takie do tysiąca innych niezbędnych drobiazgów i przenoszą je nad zwykłą portmonetkę.

Tak więc panowie grawerzy, widzicie że moda także i do naszych zwyczajów wnosi pewne zmiany, zresztą dla was, panowie, nie bez znaczenia, i rozważyć by należało ile praktycznej korzyści kryje się dla was w tych ukrytych faktach. Dzisiaj wygrywa ten, kto pierwszy do mety dobiega, jeśli zaś nie pierwszy, to w każdym razie niech nie przybiega do startu, kiedy inni już bieg ukończyli. Monogram lub litera są przez wszystkich prawie mile widziane, nawet wówczas gdy niema specjalnego nakazu mody, która nadaje im jakby prawo obywatelstwa. Dziś być aktualnym to znaczy: ręka w rękę iść z modą, wtedy i grawer nie pozostanie obcy publiczności i w rzeczach mniej podlegających wpływowi mody, zwłaszcza jeśli się okaże, że sztuka grawerska z innemi odłamami przemysłu artystycznego razem kroczy. W każdym bądź razie interesowanie się modą napewno grawerowi nie zaszkodzi, a może nawet służyć jako środek propagandy, kierując uwagę publiczności i na inne przejawy jego działalności.



„OMEGA" — A SYMPATJE SPORTOWCÓW POLSKICH

Serdeczny przyjaciel „Sztuki Złotniczej" a jednocześnie cichy i skromny protektor idei wychowania fizycznego w społeczeństwie p. Leon Holzer w jednej z pogawędek z naszym redaktorem wyraził gotowość ufundowania na rzecz jednego z najczynniejszych klubów sportowych w Polsce wielkiego zegara boiskowego w imieniu reprezentowanej przez siebie fabryki „Omega".

Realizacją tego bądź co bądź ładnego gestu, ofiarodawca obarczył „Sztukę". Misja ta nie była dosyć łatwa, ponieważ sympatje nie lekko jest tak umiejscowić wśród tylu faworytów sportowych.

To też z wydatną pomocą przyszło nam wydawnictwo „Przeglądu Sportowego" organ „Prasy czerwonej" najpoczytniejsze czasopismo w sferach sportowych.

Zdecydowaliśmy się wspólnie na ogłoszenie wielkiego konkursu, który w drodze plebiscytu zadecydowałby w sposób sprawiedliwy o zrealizowaniu fundacji. Upłynęło kilka tygodni wielkiego napięcia i zdenerwowania wśród kibiców klubowych i oto urna zawierająca 8761 głosów w obecności sądu konkursowego została nareszcie odpieczętowana.

Jak się okazało sympatje sportowców z całej Polski były mocno podzielone względami lokalnemi w miarę jednak zbliżania się do ostatniego obliczania głosów, walka finałowa zarysowała się pomiędzy ulubieńcami publiczności sportowej „Polonią" z Warszawy, „Cracoavią" z Krakowa i „Wartą" z Poznania. W ostatecznym wyniku komisja skrutacyjna złożona z architekta Jerzego Grabowskiego, red. J. Czarnockiego i inż. Cz, Rudzińskiego przyznała zwycięstwo warszawskiej „Polonji", która uzyskała 308 głosów więcej od „Warty" i o 908 głosów więcej od „Cracovji".

Musimy od siebie dodać, że i Kraków ma już zaszczyt posiadania podobnego zegara na boisku „Wisły" ofiarowanego w roku ubiegłym z okazji uroczystości jubileuszowych tego klubu.

AMERYKAŃSKA REKLAMA ZEGARMISTRZÓW

O ile reklama handlowa w krajach kontynentu europejskiego wchodzi dopiero w okres planowej wielkiej akcji, o tyle w Ameryce i krajach anglosaskich osiągnęła ona już szczyt najwyższego napięcia. Typowym wyrazem tej akcji jest praca amerykańskiego związku producentów i importerów zegarowych, którzy na bardzo podatnych dla tych celów łamach pracy codziennej rozwinęli niezwykle żywą kampanję publicystyczną, przewodnim leit-motiv'em której jest „Let's make it a clock for evevy rom"—„niech w każdym pokoju naszego mieszkania będzie zegar". Ambicje amerykańskiego wytwórcy i hurtownika, opierającego się w głównej mierze na detalistach nie zadawalnia już dzisiaj zaspakajanie potrzeb klijenteli coraz bogatszej i coraz bardziej wyrafinowanej w swych upodobaniach.

Cały ich wysiłek skierowany jest na szukanie nowych dróg, a przedewszystkiem stwarzanie nowych potrzeb w dziedzinie zegarów i przystosowanie ich do życia codziennego. Pojęcie, że przeciętny obywatel powinien mieć zegar w każdym pokoju lansowane jest i popularyzowane na każdym kroku.

W propagandzie tej godne jest zanotowania hasło widniejące tu i ówdzie w wystawach sklepowych, że „Ta godzina, która bije, jest właśnie może godziną interesu — miejcież więc zawsze zegar przed sobą".

Zegarmistrze amerykańscy wychodzą z założenia, że ostatecznie jest dosyć pieniędzy u ludzi na wszystkich szczeblach społecznych, to też należy część ich przyciągnąć do swoich kieszeni.

Są zatem niezmordowani i niesłychanie solidarni na punkcie przekonywania tłumów do swoich towarów, rzucając w argumentacje niespożyty wysiłek woli i energji.

I oto wrażliwa na takie posunięcia bulwarowa prasa amerykańska ułatwia z całą życzliwością kampanję publicystyczną, a koleżeńska prasa zawodowa dzielnie ją uzupełnia. Redakcja „Narodowego Jubilera" urządziła naprzykład ostatnio wielki konkurs wystaw sklepowych dla detalistów, to też jak za pociągnięciem różdżki czarodziejskiej witryny sklepowe zamieniły się w wystawy „kultury mieszkania", gdzie głównym sprzętem jest zegar, a reszta sprzętów stanowi odpowiednie tło i otoczenie.

I to wszystko po to aby przekonać przechodnia o użyteczności zegara w domu.

JAK POWSTAŁY POKREWNE ZEGARMISTRZOSTWU DZIEDZINY WYTWÓRCZOŚCI W SZWAJCARJI

Gdyby się chciało odszukać pierwsze ślady biżuterji szwajcarskiej, należałoby zbadać przedmioty metalowe, odnalezione w miejscowościach nadwodnych. Co się zaś tyczy złotnictwa, to dochodziło ono w rozmaitych czasach do znacznego rozwoju w tym kraju, a zwłaszcza ku końcowi wieków średnich w epoce renesansu, jakoteż i w XVIII stuleciu. Te i inne gałęzie przemysłu poprzedzały na długo zegarmistrzostwo. Można zauważyć, że te dziedziny przygotowują do pewnego stopnia zegarmistrzowstwo, podtrzymują je z początku, dostarczając tej specjalności, nadewszystko w Genewie, zręcznych rąk i stwarzają podstawy do handlu eksportowego dobrze zorganizowanego.

Podczas gdy złotnictwo korzystało z popularności w wielu miastach Szwajcarji germańskiej, przynajmniej w epoce, gdy kwitły korporacje, biżuterja miała natomiast siedlisko w Genewie. Doszła ona do rozkwitu zadziwiającego około połowy XVIII wieku; dzięki przybyciu zagranicznych rzemieślników i dzięki rozwojowi zegarmistrzowstwa, które coraz bardziej stawało się przemysłem artystycznym. Zegarmistrzowstwo, złotnictwo, jubilerstwo, choć niezależne, coraz bardziej jednakowoż łączyły się. Zegarmistrzowstwo było osią centralną, a ku niemu ciążyła masa drobnych warsztatów, zajmujących się stroną dekoracyjną zegarków, lub składaniem części w całość. Na początku XIX stulecia, było już jakieś pięćdziesiąt warsztatów jubilerskich w Genewie, zatrudniających setki robotników i wywożących swoje wytwory nie tylko do głównych krajów Europy, ale i na daleki Wschód i do Ameryki zarówno Północnej jak i Południowej.

Głównemi warsztatami, obok biżuteryjnych, były warsztaty rysowników, oprawiaczy i różnych rzemieślników, (malarzy, lutowników i t. d.) pracujących w emalji, tej sławnej genewskiej emalji, która zdobyła sobie renomę światową.

Nie można utrzymywać, że te rodzaje przemysłu wytworzyły w ich epoce biżuterję i ozdoby do zegarów równe wytworom z czasów Ludwika XIV i Cesarstwa, jednakże epoka ta dała mnóstwo przepięknych pomysłów w klejnotach

Rozwój zegarmistrzowstwa w kantonie Jura był impulsem do utworzenia podobnych warsztatów gdzieindziej, a celem ich przeważnie było produkowanie dekoracji do zegarów. Dopiero około 1910 roku poczynione były próby do zaprowadzenia produkcji bizuteryjnej w czystym znaczeniu tego słowa, zwłaszcza w Chaux-de-Fonds.

Od pół wieku więc, biżuterja w formie już specjalnej zaznała pełnego rozkwitu. Wytwory genewskie znane ze swej subtelności i finezji, poszukiwane były aż z dalekich stron, albowiem sława ich rozpowszechnioną była w znacznym stopniu. Lecz w roku 1837 strajk pracowników jubilerskich omal że nie zrujnował doszczętnie tego przemysłu, wiele warsztatów pozamykano, inne poprzenosiły się jak np.: J. P. Ponti, który jednak później zainstalował się z powrotem w Genewie, oddając się specjalnie produkcji łańcuszków do zegarków, specjalność, na której dorobił się fortuny.

Nie należy przypuszczać, że produkcja łańcuszków do zegarków jest prosta i bez niespodzianek. W istocie fluktuacje mody są tak samo częste w tej dziedzinie jak i w każdej innej. Obecnie, gdy zegarek stał się bardziej wytworny, już przez sam tylko kształt swój minimalny, podlega on też znacznemu różniczkowaniu, jak: zegarek-branzoletka, który okazał się tak praktyczny i utrzyma się na czas długi, wisiorek i t. p.

Oprócz jednak tej specjalności, rzec można, — że jeszcze w roku 1914, gdy złotnictwo i biżuterja drobna były wspaniale reprezentowane, biżuterja fabryczna prawie że nie istniała. Dopiero wielka wojna zrodziła dużą ilość wytwórni biżuteryjnych, znikły one jednak tak prędko, jak i powstały.

Doświadczenie to jednak nie było bez korzyści, albowiem można było w następstwie osiągnąć lepsze rezultaty, oparte na popełnionych poprzednio błędach. Zabardzo rozpraszano się i nie umiano w porę zastąpić narzędzia przestarzałe, a także nie umiano wykonywać dobrze części rozmaitych na maszynach, wykonywanych poprzednio ręcznie. Dziś domy biżuteryjne szwajcarskie, zaopatrzone w narzędzia pierwszorzędne nie obawiają się mierzyć się z zagranicą. Tak np.: Firma A. Weber w Genewie i firma A. Lang w Schafhouse. Klejnoty i zegarki z tych dwu wytwórni spotkał na wystawie sztuki dekoracyjnej w Paryżu w 1925 zupełnie zrozumiały sukces.

Wielka ilość wytwórni w Neuchatel jak: Huguenin bracia zdobyli sławę w fabrykacji medali. Firma ta specjalizowała się także w srebrnych kopertach do zegarków. Należy również zauważyć, że jeśli medal szwajcarski poszczycić się może świetną przeszłością, to i teraźniejszość jego niemniej jest interesująca, i dzięki najlepszym narzędziom i zręczności artystów kierujących tą wytwórnią, otwarta przed nią jest najdoskonalsza przyszłość,

Ponieważ poruszony został temat kopert zegarkowych ozdobnych, przypomnieć nie zawadzi, jak te produkty na wspomnianej już wystawie paryskiej frapowały znawców swem wytwornem wykończeniem, nie mającem sobie równego.

Złotnictwo nie ma w Szwajcarji znaczenia jubilerstwa. Reprezentowanem jest ono w wielu warsztatach w Zurichu, w Neuchatel i t. d. Ogólnie powiedzieć można, że w ostatnich latach 50-ciu, niedochodząc zresztą do rozmiarów bardzo znacznych, podtrzymało ono jednakże piękne tradycje dawnych czasów.

W gałęzi złotnictwa koniecznie należy przypomnieć poważną rolę, jaką odegrała fabryka genewska obróbki złota: obchodziła ona przed niedaw-

nym czasem swe pięćdziesięciolecie. Przyczyniła się ona do znacznego postępu, zwłaszcza w dziedzinie przygotowania metali antimagnetycznych i przepławiania.

Tem samem wyrządziła ta fabryka niepośledni ą przysługę fabrykacji szwajcarskiej, niosąc cenną pomoc jubilerstwu, zegarmistrzostwu i biciu monet.

Co się tyczy zegarków to nie zmieniały one tak często swej formy. Obecnie jednak duże wysiłki czynione są w kierunku nadania mu oryginalności i wdzięku. Toteż po bezwładzie przydługim, teraz znowu dochodzi on do barwności. Staje się luksusowym klejnotem, ozdobionym różnokolorowemi kamieniami; djamentami i emalją. Fabryki „Omega", Longines, Juvenia specjalnie prym trzymają w tym względzie, czego też zresztą dowiodły na wystawie 1925 roku.

Czyniąc przegląd produkcji zegarmistrzowskiej, nie wolno przeoczyć nowego produktu w postaci zegara, raczej zegarka stojącego, noszącego nazwę „pendulette". Ozdoby „pendulette" uderzają luksusową dekoracją: zrodzony od niedawna, bo dopiero od lat dwudzieatu pięciu, artykuł ten jest obecnie w wielkiej modzie. Żaden też odłam zegarmistrzostwa nie uczynił tak wiele dla swego dekoracyjnego wyglądu.

Wiele fabryk odznaczyło się w tej gałęzi produkcji zegarmistrzowskiej, ale dość będzie zacytować jedno nazwisko, a mianowicie Henri Ditsheim (fabryka Chevron) który na tym polu pracy, dość zresztą trudnym, był prawdziwym nowatorem, tworząc małe arcydzieła o doskonałej proporcji, formie skądinąd bardzo prostej w bogatej swej ozdobie z bronzu, emalji, kości słoniowej, szyldkretu, skombinowanych z prawdziwym smakiem artystycznym.

Do jubilerstwa, złotnictwa i zegarmistrzostwa należą także różne fantazje, specjalności Genewy, tak bardzo modne zwłaszcza do roku 1850. Pomiędzy niemi wymienić należy tabakierki, często grające, z bogatą ornamentacją i ptaki śpiewające.

Od dłuższego czasu artykuły te są słabo reprezentowane, chociaż i obecnie tworzą się niektóre fantazyjne odmiany. Zdaje się nawet, że produkcje te zaczynają wchodzić w modę, przeważnie ptaki śpiewające, fabrykację których wznowił p. Henri Wahlen w Genewie.

Ta ostatnia dygresja pozwoli przypomnieć produkcję pozytywek, która przez czas dłuższy stanowiła poważną gałęź działalności w rozmaitych miejscowościach. Nie zawadzi wzmianka, że wytwarzanie tych ostatnich fantazyjnych artykułów, było przejściem od starych zegarów z muzyką z XVIII stulecia do zegarka i tabakierki grających. Przed pięćdziesięciu laty produkcja ta dosięgła rozkwitu i dała dobrobyt całej okolicy, której ośrodkiem jest Sainte-Croix. Z przyczyn różnego rodzaju fabrykacja tak zwanych „cartels" zegarów ściennych grających i pozytywek zaczyna podupadać, głównie z tego powodu, iż fabrykanci wzdragają się przed wprowadzeniem nowoczesnych sposobów fabrykacji, i wskutek tego nie mogą współzawodniczyć ze swemi konkurentami.

Z drugiej strony wynalezienie i szybki rozwój fonografu i jego następcy gramofonu zadał śmiertelny cios pozytywce. Sainte-Croix zastosowało się do tego nowego stanu rzeczy i od 1890 roku przemysł fonografów zaszczepił się na przemyśle pozytywek i w dodatku tak skutecznie, że wyrugował całe pierwotne drzewo. Ta nowa działalność była tak udatna, że już w roku 1906 eksport zaznacza się sumą ponad miljon franków, a w roku 1910 sumą 2,150.000 franków.

WIEDEŃSKA MODA W ZAKRESIE BIŻUTERJI

Specyficzną cechą tegorocznego karnawału był fakt, iż antyczna biżuterja znowu stała się modną i była noszoną. Bransolety obecne robione są z trójkolorowego złota; bywają one bardzo szerokie i ryte na wypukło, ozdabiane są półcennemi, lub też drogocennemi kamieniami. Spotyka się takze bardzo szerokie bransolety z delikatnie wyrytemi na wypukło liśćmi dębowemi.

Pierścionki ślubne prawie wszystkie wysadzane są brylantami, a czem ich więcej tem lepiej.

Puderniczki, grzebyk kieszonkowy, étui do pomadki do ust, wszystkie te akcesorja toaletowe nowoczesnej Pani wykonane są w srebrze lub w złocie, zaopatrzone w najmodniejsze zamki i ozdobione antycznemi wzorami. Takież same wzory winny znajdować się na przedmiotach Pana, należącego do całości, a więc najczęściej męża, t. j. na jego étui do papierosów do zapałek i t. d., ażeby wprawne oko znawcy dostrzegło 2 miejsca na ta przynależność. Wisiorki tak chętnie noszone za „tych starych dobrych czasów" z barwnemi kamieniami albo ornamentowane perłami i pokryte bogatemi ikrustacjami, obchodzą uroczyście swe zmartwychwstanie. Na ostatnich wielkich balach sezonu elegancka Pani nosiła właśnie pamiątki tych dawnych ulubionych czasów. Lorgnon bardzo często jest wysadzane bardzo kunsztownie brylantami średniej wielkości. Łańcuchy na szyję noszone są z platyny, przeplatanej półcennemi kamieniami, perłami, lub brylantami. Także spotyka się znowu prawdziwe sznury pereł i niemniej często widzi się grube florenckie łańcuchy.

I u panów prawdziwe klejnoty są dobrze widziane. Spinki do mankietów z doskonałego złota, czasem z platyny, ozdobione półcennym kamieniem. Akcesorja do palenia są obecnie modelowane starannie przez znanych złotników wiedeńskich. Pierścień noszony obecnie przez eleganckiego pana, to jest pierścień z pieczęcią lub z kamieniem barwnym oszlifowanym fantazyjnie. Naogół interesa w zakresie złotnictwa są tylko średnio zadawalniające, albowiem obok możliwości eksportu, zapotrzebowanie samej Austrji jest dość szczupłe i na szali zaważyć nie może.

PRZENIKANIE NA RYNKI AZJATYCKIE

Niedawna wizyta króla Afganistanu we Włoszech (Italji) i następne wizyty w innych krajach, zwiedzanych w podróży na Zachód, stwierdziły dążność poszczególnych rządów do zbliżenia się z krajami azjatyckimi, stosunki z którymi mieć mogą doniosłe znaczenie ekonomiczne. Z tego założenia przedstawia się interesująco artykuł, który ukazał się w dzienniku francuskim „Les Informations Economiques" omawiający sposób wprowadzania się na rynki azjatyckie, artykuł inspirowany oczywiście przed przyjazdem władcy afgańskiego.

„Afganistan, pisze dziennik, jest jednym z tych rozległych terytorjów, które stopniowo otwierają się dla postępu ekonomiczneco. Nie mówiąc o Japonji, która już od niejakiego czasu weszła w stosunki handlowe z Europą, są jeszcze i inne kraje w Azji, które się uprzemysławiają. Na skutek tego właśnie faktu, rynki ich się zamykają dla takiego, lub owego artykułu, importowanego przez nie do obecnej chwili. Lecz z drugiej strony ogólny rozwój ekonomiczny w tych krajach powoduje większy popyt na inne towary, a zwłaszcza na środki do produkowania. Taka sytuacja zauważyć się daje w statystyce handlu europejskiego lub amerykańskiego z tymi rynkami.

Zresztą nacje cksportujące nie ustają w wysiłkach intensywnych, by przeniknąć na rynki azjatyckie. A często nie jest to rzeczą łatwą. Należy zauważyć w pierwszej linji, że sposoby i zwyczaje handlowe zmieniają się stosownie do kraju, a różnią się bardzo od tych, do których przyzwyczajeni jesteśmy w handlu europejskim. Niezbędną więc jest znajomość doskonała lokalnych warunków, ażeby się uchronić od niespodzianek dotkliwych.

Cechy charakterystyczne rynków Dalekiego Wschodu sprzyjały już od niejakiego czasu zakładaniu Towarzystw handlowych, z centralą w Europie lub Ameryce, i z filiami w krajach azjatyckich, wyspecjalizowanemi w handlu z temiż. Obecnie jednak z chwilą gdy krajowcy poczęli oddawać się handlowi i przemysłowi wbogacili się, a to zbogacenie, wytworzyło wśród nich dążność do pracowania bezpośredniego z wytwórcami. Rozwój ekonomiczny krajów azjatyckich z drugiej strony zwiększył możliwości takich tranzakcji, które przekraczają nieraz siły starych firm eksportowych. Przemysłowcy europejscy, rzecz prosta pragną wykorzystać tendencję i zastąpić produkt dostarczanie, których wysunęło się z rąk innych. Wypływa z tego faktu problemat organizowania handlu, problemat palący dla wszystkich tych, którzy poszukują zbytu na Dalekim Wschodzie. I tak musi przemysłowiec absolutnie wyrzec się stosunków z danym rynkiem, o ile żaden dom eksportowy europejski nie chce podjąć się sprzedaży danych produktów czy też winien szukać innyeh dróg, by wejść w kontakt handlowy bezpośredni z krajowcami. Jest oczywiście dość niebezpiecznem zawiązywanie stosunków bezpośrednich z firmami, zamieszkałemi w krajach egzotycznych, których się prawie nie zna, a jednak z drugiej strony byłoby zupełnym absurdem wyzbywać się kompletnie tych możliwości. Zastanawiając się nad środkami opanowania rynków azjatyckich byłoby nieracjonalnem i szkodliwem abstrahować od tego, co istnieje, co już oddało usługi, a mianowicie mowa tu o Domach eksportowych. Lecz z drugiej strony jest rzeczą nie dozwoloną nie zastanawiać się nad nowem rozwiązaniem zastosowaniem do rozwoju rynków azjatyckich.

O SZTUCZNYM KAUCZUKU

Sprawa wytwarzania kauczuku sztucznym sposobem od czasu do czasu wynurzająca się na powierzchnię w ostatnich czasach zajmuje umysły dość żywo. Powodem do tego posłużyła opinja, wyrażona przez pana A. Weinberga, członka Zarządu Związku obrony interesów przemysłu chemicznego w Niemczech. P. Weinberg zdefinjował ze stanowczością, że uda się wygodnym sposobem wydobyć zasadniczo materjał dla kauczuku i gutaperki przez syntezę kontaktu. Fakt ten przybliża namacalnie sztuczną produkcję kauczuku, albowiem wobec zwykłej rezerwy związku, oznajmienie powyższe jednego z czołowych członków przemysłu niemieckiego nabiera wielkiej wagi. Oczywiście nie chodzi tu o stworzenie jakiegoś produktu zastępczego, lecz o syntetyczny kauczuk t. z. produkt zupełnie równowartościowy, z naturalnym, który w swoim składzie i cechach odpowiada w zupełności naturalnemu produktowi, czyli analogja wytwarzania sztucznych kamieni. Wobec doniosłej roli którą odgrywa w gospodarstwie świata kauczuk, zrozumiałem jest, że o rozwiązanie tego problematu prowadzona jest gorliwa walka już oddawna.

Pierwsze eksperymenty w tym zakresie należą do roku 1873, jednakże pierwsze dodatnie wyniki przypisać należy panu Hofmanowi z Eberfeldu; jego też dociekania na kierunek dalszych prac wywarły wpływ decydujący. Było to w roku 1909. Do postępu tych badań przyczynił się w silnym stopniu badacz C. Haris, w roku 1910 mógł już publicznie wypowiedzieć się w sprawie udanego eksperymentu syntezy kauczuku: chodziło tu mianowicie o produkty kauczukowe do użytku technicznego. Naturalnie, że pęd do wynalezienia nie kończył się na tem. Ujawnia się to najlepiej w fakcie, że od r. 1910 do r. 1914 nastąpiło 500 za-

meldowań tyczących się syntetycznego kauczuku. Problemat technicznie był niewątpliwie rozwiązany, gdy jeszcze przed wojną pojawiły się na rynkach znaczne masy syntetycznego kauczuku. Trudniejszą jednak znacznie jest rzeczą gospodarcza strona poruszonej sprawy. Dopóki cena naturalnego kauczuku była wysoka (kilogram kosztował naówczas 30 marek) rzecz postępowała nieźle. Lecz gdy cena spadła do 4 marek, wytwarzanie sztucznego kauczuku zupełnie się nie opłacało i trzeba było tego zaniechać.

Dopiero pod wpływem stosunków wojennych powrócono do niego. Ale po wojnie długotrwała zniżka naturalnego kauczuku zdławiła do tego stopnia produkt syntetyczny, że znikł on zupełnie.

Świadomość, że produkcja syntetycznego kauczuku wytrzymującego konkurencję wówczas tylko jest możliwą, gdy materjały wchodzące w skład tegoż są dostatecznie tanie, poprowadziła do dalszych eksperymentów. Tak zwany Metylkauczuk miał wady stojące na przeszkodzie do stosowania go w pewnych wypadkach.

Bardziej wartościowy i równorzędny z naturalnym jest tak zwany „Isonprekauczuk", wytwór jego jest jednak jeszcze droższy od pierwszego, przynajmniej dopóty, dopóki produkcja „Isoprenu" jako podstawowej części składowej naturalnego kauczuku, wyprowadzona będzie z „Acetonu". Tańszemi surowcami są, znajdujące się w naturalnym oleju ziemnym, „Pentany".

Ponieważ znajdują się one przy zamianie węgla w stanie płynnym, zdobyty jest tem samem tani surowiec dla syntetycznego kauczuku. Zamiana węgla w stan płynny i produkcja sztucznego kauczuku w przyszłości w taki sposób dopełniać się będą.

Trudno już dziś przewidzieć jak ukształtują się ceny i czy omawiany produkt nadawać sę będzie i do stempli. Należy zostawić przyszłości rozstrzygnięcie sprawy, czy sztuczny wytwór utrzyma się obok produktu naturalnego, albowiem nie trzeba zapominać, że produkt naturalny w niezmierzonych ilościach i po cenie zadziwiająco niskiej obfituje w miejscowościach podzwrotnikowych. Przytem nie należy także pomijać, że naturalna produkcja kauczuku ciągle się powiększa i w roku 1927 o 20 proc. przewyższała zapotrzebowanie. Rekordowa hyperprodukcja roku 1927 ponad **600.000** ton surowego kauczuku czeka jeszcze na odbiorców.



K R O N I K A

Wyjaśnienia tyczące się cła w wozowego dla zegarów w Polsce.

Departament celny podaje do wiadomości urzędom celnym, że powinny się przy stosowaniu taryfy celnej przytrzymywać następujących wyjaśnień:

Nomenklatura taryfy celnej obejmującej rozmaite rodzaje i gatunki towarów podaje tylko najbardziej zasadnicze szczegóły, opierające się przeważnie na dwuch głównych punktach widzenia, a na materjale z którego towar jest zrobiony i b) na użytku dla którego jest przeznaczony.

W niektórych taryfowych pozycjach uwzględniany bywa wyłącznie materjał produktu lub też jego użytek, w innych te obydwa czynniki. Przy rewizji należy pilnie uważać, aby te obydwa czynniki poddane były badaniu. O ile się wyłaniają trudności, a cechy badanych towarów niewyraźnie w nomenklaturze figurują, należy dla oznaczenia wysoko'ci cła brać, stosownie do właściwości towaru, na najbliżej pokrewną stopę celną, wyższą niżeli ta, co do której powstała wątpliwość. O ile wątpliwość bardziej się tyczy użytku jak materjału towaru, należy stosować najodpowiedniejszą, zarazem najwyższą stopę taryfową, uwzględniającą użyteczność.

Dla uzupełnienia tych postanowień dane są następujące wyjaśnienia tyczące się zegarów.

1) Wobec trudności, wyłaniających się w urzędach celnych przy taryfowaniu zegarów ściennych i tychże werków, wyjaśnia się co następuje:

Zegary ścienne, stołowe, kominkowe i podróżne wraz z werkami, które nie dają się usunąć z pudła bez pomocy instrumentu, płacą cło od werków i niezależnie od tego za pudła: za werk zł. 7.80 za sztukę, za pudła włącznie z wagą werku podług odpowiedniej pozycji taryfowej, w stosunku do materjału pudła i stopnia wykończenia.

Drewniane zegary z kołami mosiężne-

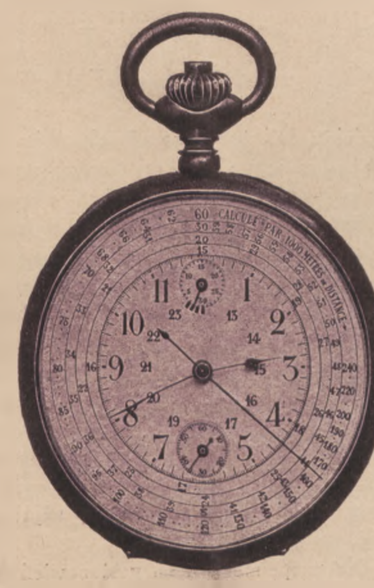
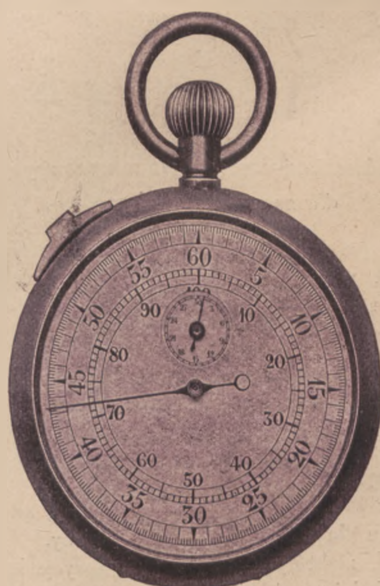
M I N E R W A

Niesłychany rozwój sportu, jaki obserwujemy w ostatnim dziesiątku lat szczególnie w państwach o dużem zamiłowaniu do kultury fizycznej siłą swego rozpędu mimowoli wytworzył inicjatywę do zjawienia się nowej gałęzi wytwórczej — przemysłu sportowego. Przemysł ten obejmując niesłychanie skomplikowaną produkcję poczynając powiedzmy od obuwia i rakiet tennisowych aż do automobili wyścigowych włącznie nie pominął, również i dziedziny zegarmistrzowskiej, wytwory której odgrywają tak poważny czynnik sprawdziana wyczynów sportowych. Te względy właśnie skłoniły fabrykę „Minerva" jedną z najstarszych zresztą w Europie, bo sięgającą swemi urodzinami pierwszej połowy ubiegłego stulecia do stworzenia produkcji czasomierzów-chronografów na usługi sportu i bezustanne doskonalą się w tym kierunku, co doprowadziło w rezultacie do wyjątkowo wspaniałych wyników. Z zadowoleniem zatem witamy fakt uruchomienia przez fabrykę specjalnego zastępstwa w Polsce, które niebawem rozwinie swoją działalność handlową.







mi lub drewnianemi z drewnianemi oprawami, wprawianemi w ruch za pomocą wag, tak zwane zegary szwarcwaldowskie, podlegają ocleniu groszy 75 od sztuki, te same szwarcwaldowskie zegary, o ile posiadają pudla oprócz osadę stanowiącej jednocześnie oprawę nąara, nie dającą się bez pomocy instrumentu ruszyć od werka 75 gr. od sztuki, a za pudła włącznie z wagą werku podług odpowiedniej pozycji, stosownie do materjału i opracowania.

Werki bez pudeł z oprawą metalową o ile także są wprowadzone w ruch za pomocą wag—Zł. 1.50 od sztuki i oprócz tego Zł. 7.00 za 100 klgr. wagi.

2) Części zegarów wieżowych, nie zawierających skompletowanego werku, podlegają ocleniu podług ich właściwości.

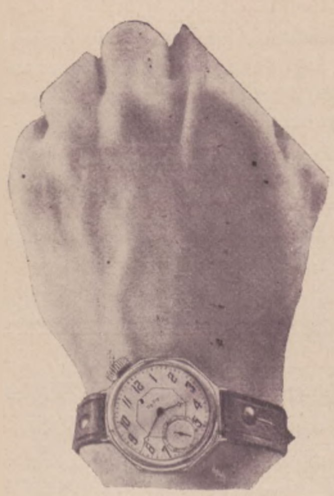
3) Wahadło, cyferblat, wskazówki, wagi dla zegarów ściennych i stołowych, które w odpowiedniej do sączów ilości są dostarczano, podlegsją ocleniu wraz z werkami, nawet o ile są oddzielnie pakowane.

Wywiezione pieniądze sowieckie nie mogą być wywiezione do Rosji.

Rząd sowiecki wydał dekret mocą którego nie uznaje pieniądza rosyjskiego poza granicami Republiki Sowieckiej. Dekret zabrania wywozu banknotów rosyjskich, na sumy duże i małe. Wyjątek dotyczy osób, które mogą dowieść, żo banknoty przez nie wywożone, są istotnie temi samemi, które zostały wywiezione z Rosji przed sierpniem roku 1926, i osoby takio otrzymują pozwolenie na wywóz tych banknotów przez granicę sowiecką.

W przeciwieństwie do tego dekret ustanawia, że granica jest otwarta bez żadnych zastrzeżeń dla wywozu pieniądza zagranicznego, bez względu na ilość. Są również ustanowione nowe normy na wywóz pieniędzy. Prywatnej osobie absolutnie zabrania się wywozić pieniądze sowiecką poza granice. Przekazy na zagranicę mogą być przesłane tylko za pośrednictwem banków sowieckich, lub też urzędów pocztowych, i nie powinny przewyższać ekwiwalentu rubli stu miesięcznie na jedną osobę.

Z powodu wyjazdu naszego redaktora w dniu 16 czerwca z grupą przemysłowców złotniczych do państw bałtyckich i skandynawji w celu zaznajomienia się z nowemi rynkami zbytu dla Polski czerwcowy zeszyt „Sztuki Złotniczej" ukaże się nieco wcześniej bo już 15 czerwca b. r.



NA JEDNEGO ZŁOTEGO
MIESIĘCZNIE
Stać jest chyba każdego
z pp. kupców i rzemielśników.
Korzystaj, że masz blankiet P. K. O. pod ręką.

Prosimy wpłacić prenumeratę na poczcie na konto P. K. O. № 16340.

CENNIK OGŁOSZEN
PRIX DES ANONCES

1/1 strona — zł. 285.—	1/2 strony — zł. 145.—
1/3 strony — zł. 100.—	1/4 strony — zł. 75.—
1/8 strony — zł. 40.—	1/16 strony — zł. 20.—

Drobne ogłoszenie 10 złotych jednorazowo

Dla poszukujących pracy 6 złotych za ogłoszenie

W tekście oraz zarezerwowane na okładkach o 50% drożej

Na pierwszej stronie okładki ogłoszeń nie umieszcza się.

Redakcja i Administracja: Warszawa, ul. Nowogrodzka 48 m. 9 Telefon 301-77. od 3—6 ppoł.

Prenumeratę przyjmują wszystkie urzędy pocztowe na konto nasze P. K. O. Nr. 16340. Cena: kwartalnie 3 zł., półrocznie 6 zł. i rocznie z premją ogłoszeniową 11 zł. Młodzież zawodowa ze szkół i zatrudniona u pracodawców korzysta zbiorowo z 20% zniżki. Zagranicą tylko rocznie fr. szw. 15. — lub 3 dol. amer. Prenumeratę miejscową można zamawiać i w większych księgarniach w Warszawie w działach czasopism.

Tłocz. w drukarni L. Wolnickiego ul. Poznańska 29. Klisze wykonano w Zakładzie Cynkograf. „Lux" Wyd. i red. J. Niziński